

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Desain Grafis

Desain grafis merupakan gabungan dari 2 kata yaitu desain dan grafis. Jika kedua kata tersebut digabungkan, desain grafis memiliki arti yaitu sebuah kombinasi antara beberapa elemen desain yang disatukan dengan kata-kata, gambar, angka, grafik, foto, atau ilustrasi yang digabungkan secara khusus oleh pemikiran seorang atau beberapa individu sehingga mampu menghasilkan suatu karya yang sesuai dengan tujuan pembuatan. (Kuswara, 2019, hlm. 3).

##### 2.1.1 Prinsip Desain Grafis

Dalam merancang sebuah desain, diperlukan prinsip-prinsip yang mendasari perancangan. Prinsip desain dapat membantu meningkatkan kualitas karya secara visual serta efektivitas dalam menjalankan fungsinya. Terdapat beberapa prinsip dasar dalam merancang desain, antara lain keseimbangan, kesatuan, kesebandingan, irama, kontras, dan keselarasan.

##### 2.1.1.1 Keseimbangan (*Balance*)

Menurut Kuswara (2019) dalam bukunya yang berjudul Prinsip Desain Grafis, salah satu prinsip dalam desain grafis adalah keseimbangan atau *balance*. Dalam menciptakan keseimbangan pada desain grafis, hal utama yang diperhatikan adalah penempatan elemen-elemen desain. Warna, tekstur, bentuk, serta ukuran elemen-elemen desain diatur agar penempatannya tidak berat hanya pada satu titik saja ataupun terhambur, agar desain terlihat proporsional. Terdapat 2 prinsip keseimbangan desain, yaitu:

##### 1) Keseimbangan Simetris (*Symmetrical Balance*)

Keseimbangan simetris diterapkan pada penempatan elemen visual yang memiliki persamaan ukuran, bentuk, dan warna dengan porsi sama besar dan letak yang sejajar.



Gambar 2.1 Contoh Keseimbangan Simetris  
Sumber: <https://static-cse.canva.com/blob/566778/oreo.jpg>

## 2) Keseimbangan Asimetris (*Assymetrical Balance*)

Keseimbangan asimetris merupakan penempatan elemen-elemen visual dengan tidak memperhatikan kesejajaran dan persamaan ukuran elemen, namun dikomposisikan dengan sedemikian rupa sehingga tetap terlihat seimbang.



Gambar 2.2 Contoh Keseimbangan Asimetris

Sumber: <https://i.pinimg.com/236x/ac/a6/ae/aca6aef5c9af3e2d9a502373eca1ae61.jpg>

### 2.1.1.2 Kesatuan (*Unity*)

Prinsip kesatuan dalam desain dapat diartikan sebagai sebuah keselarasan pada desain dimana seluruh elemen-elemen desain yang berbeda tetap terlihat saling berhubungan dan tidak berantakan (Kuswara, 2019).



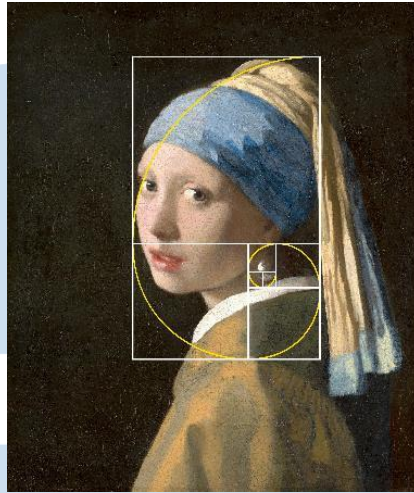
Gambar 2.3 Contoh Kesatuan (*Unity*)

Sumber: <https://t.ly/8m4hz>

### 2.1.1.3 Kesebandingan (*Proportion*)

Kesebandingan merupakan perbandingan untuk menentukan ukuran antara panjang dan lebar pada satu bagian dengan bagian lainnya (Kuswara, 2019). Salah satu jenis perbandingan yang sering digunakan dalam menerapkan prinsip kesebandingan pada desain adalah *the Golden Ratio*. Dalam bukunya yang berjudul *Golden Ratio and the Meaning of the Wayang Kulit Gunungan Philosophy*, Perasutiyo (2022) menuturkan bahwa *golden ratio* merupakan perhitungan ukuran yang disimbolkan dengan simbol Yunani dan memiliki nilai mendekati 1.618.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 2.4 Contoh Penerapan *Golden Ratio* Pada Seni  
 Sumber: <https://blog.blackwing602.com/wp-content/uploads/2022/07/Girl-with-a-Pearl-Golden-Ratio-01-3.jpg>

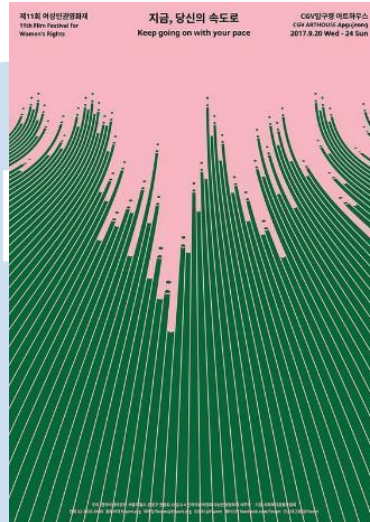
Selain pada seni lukis, penerapan *golden ratio* juga dapat digunakan dalam desain digital. Berikut merupakan contoh penerapan prinsip kesebandingan pada sebuah desain *modern*:



Gambar 2.5 Contoh Kesebandingan  
 Sumber: <https://t.ly/VCiQ3>

#### 2.1.1.4 Irama (*Rythm*)

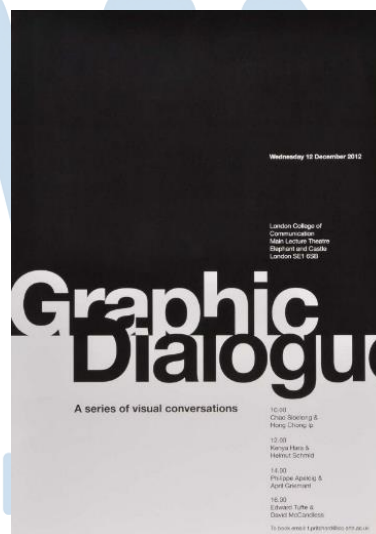
Prinsip irama atau *rhythm* dapat diterapkan dengan mengandakan elemen-elemen visual yang diletakkan secara berulang dan konsisten (Kuswara, 2019).



Gambar 2.6 Contoh Irama  
Sumber: <https://t.ly/2y1kT>

### 2.1.1.5 Kontras/Penekanan (*Emphasis*)

Kontras adalah penekanan elemen terpenting dalam desain agar terlihat jelas dan mencolok (Kuswara, 2019). Kontras terjadi ketika terdapat dua elemen visual yang bertentangan satu dengan yang lainnya, seperti warna gelap dan terang. Prinsip kontras juga dapat diterapkan dengan memberi tingkat ketebalan yang lebih tinggi pada tulisan yang penting agar dapat menangkap mata audiens sehingga penyampaian informasi menjadi lebih mudah.



Gambar 2.7 Contoh Kontras  
Sumber: <https://rb.gy/r157nc>

### 2.1.1.6 Keselarasan (*Harmony*)

Prinsip keselarasan merupakan keteraturan penataan elemen-elemen visual pada suatu karya, termasuk didalamnya terdapat unsur keseimbangan, keteraturan, dan kesatuan yang saling melengkapi. Keselarasan atau harmoni dapat diterapkan dengan menggunakan elemen-elemen visual dengan bentuk yang sama, mengatur *flow* penempatan elemen visual menjadi searah, atau dengan menempatkan beberapa elemen visual dengan bentuk yang sama namun memiliki ukuran yang berbeda. Terdapat 2 cara untuk menerapkan prinsip keselarasan, yaitu:

#### 1) Keselarasan Bentuk

Keselarasan dari segi bentuk dicapai dengan menempatkan bentuk-bentuk dengan serasi. Prinsip ini sering diterapkan dalam perancangan brosur, *website*, dan media informasi lainnya.

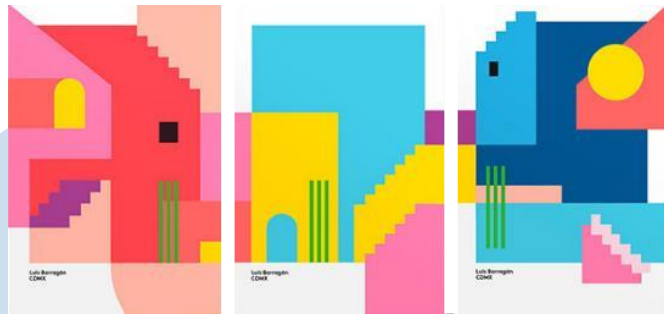


Gambar 2.8 Contoh Keselarasan Bentuk

Sumber: <https://rb.gy/wg77tz>

#### 2) Keselarasan Warna

Keselarasan dari segi warna dicapai dengan pemakaian serta penempatan warna-warna berbeda yang dipadukan bersama secara beraturan.



Gambar 2.9 Contoh Keselarasan Warna

Sumber: <https://bashooka.com/wp-content/uploads/2019/08/color-poster-inspiration-17.jpg>

## 2.1.2 Warna

Dalam bukunya yang berjudul *Prinsip Desain Grafis*, Kuswara (2019) menyebutkan bahwa definisi warna secara objektif adalah sebuah pemancaran cahaya, sedangkan definisi warna secara subjektif merupakan sebuah pengalaman dari indera penglihatan. Warna dapat terlihat karena adanya cahaya yang diserap suatu benda dan dipantulkan ke mata. Salah satu unsur desain grafis paling utama yang dapat menarik perhatian *audience* dalam penyampaian pesan adalah penggunaan warna yang tepat.

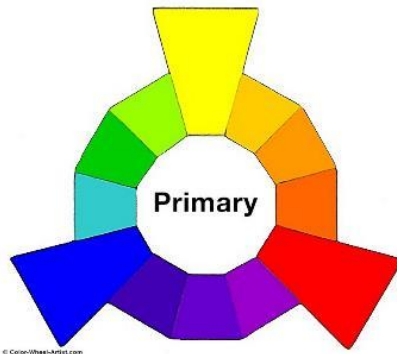
### 2.1.2.1 Jenis-Jenis Warna

Kuswara (2019) mengklasifikasikan warna ke dalam jenis-jenis sebagai berikut:

#### 1) Warna Primer

Warna primer adalah warna dasar yang berdiri sendiri dan tidak dapat diperoleh dengan mencampur warna lainnya. Warna primer terdiri dari 3 warna, yaitu warna merah, kuning, dan biru.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

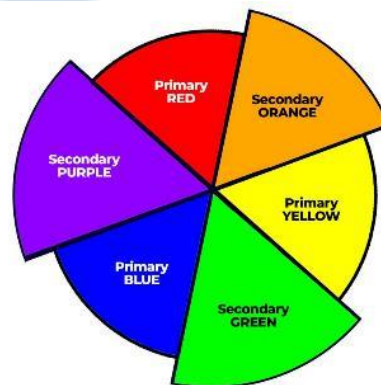


Gambar 2.10 Warna Primer

Sumber: [https://color-wheel-artist.com/thrive/wp-content/uploads/2017/02/Primary\\_Colors-lrg.jpg](https://color-wheel-artist.com/thrive/wp-content/uploads/2017/02/Primary_Colors-lrg.jpg)

## 2) Warna Sekunder

Warna sekunder adalah warna yang dihasilkan oleh campuran 2 warna primer. Campuran warna primer merah dan biru akan menghasilkan warna sekunder ungu, sedangkan campuran merah dan kuning akan menghasilkan warna jingga, dan pencampuran antara warna biru dan kuning akan menghasilkan warna hijau.



Gambar 2.11 Warna Sekunder

Sumber: <https://rb.gy/8h34ga>

## 3) Warna Tersier

Warna tersier merupakan warna yang dihasilkan dengan mencampurkan warna primer dan sekunder.





Gambar 2.12 Warna Tersier

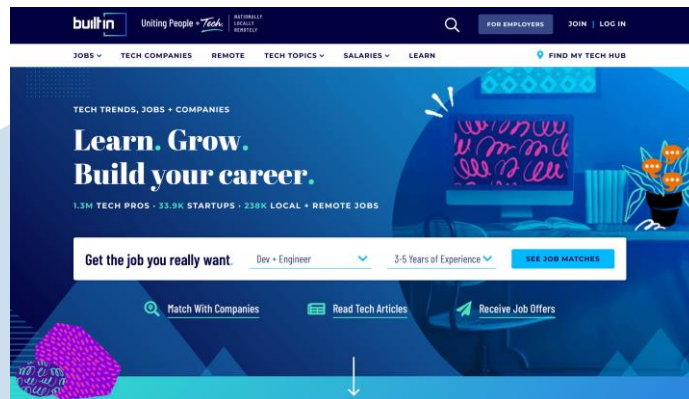
Sumber: <https://static.wikia.nocookie.net/colors/images/f/f9/Tertiary-color-wheel.jpg/revision/latest?cb=20220204175236>

### 2.1.2.2 Model Warna

Menurut Kuswara (2019), terdapat beberapa model warna yang biasa digunakan dalam perancangan desain, antara lain:

#### 1) Model Warna RGB

RGB merupakan singkatan dari *red* (merah), *green* (hijau), dan *blue* (biru). Mata manusia dapat menangkap jutaan warna, namun warna merah, hijau, dan biru merupakan tiga warna yang sangat peka di mata manusia. Dalam sistem komputer, tiga warna utama ini dapat menghasilkan jutaan warna baru lainnya, sehingga warna RGB merupakan unsur warna asli pada komputer yang berfungsi untuk menampilkan warna pada gambar atau desain dalam layar elektronik. Warna RGB yang ditampilkan pada satu perangkat dengan perangkat lainnya akan berbeda, tergantung bagaimana cara perangkat tersebut memproduksi nilai RGB. Warna RGB digunakan untuk desain-desain yang hanya ditampilkan pada layar perangkat elektronik (bukan media fisik) seperti televisi, komputer, laptop, desain website, dan lain sebagainya.



Gambar 2.13 Desain Website Dengan Model Warna RGB  
 Sumber: [https://www.uxdesigninstitute.com/blog/wp-content/uploads/2022/06/34\\_Builtin-1.png](https://www.uxdesigninstitute.com/blog/wp-content/uploads/2022/06/34_Builtin-1.png)

## 2) Model Warna CMYK

CMYK merupakan singkatan dari *Cyan*, *Magenta*, *Yellow* (Kuning), dan *Black* (Hitam). Berbeda dengan warna RGB, warna CMYK dikhususkan untuk warna-warna pada media cetak. Hasil cetak warna CMYK akan mengalami perbedaan, tergantung perangkat cetak serta tinta cetak yang digunakan.

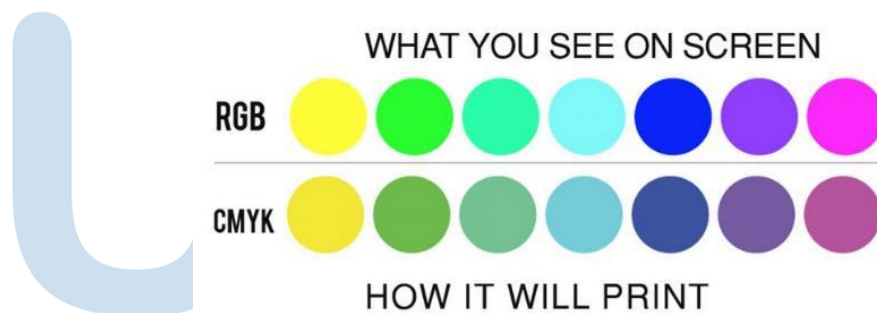


Gambar 2.14 Desain Brosur Dengan Model Warna CMYK  
 Sumber: <https://rb.gy/zaiaj1>

## 3) Perbedaan Warna RGB dan CMYK

Menurut Alscher (2019), nilai utama dalam warna RGB adalah cahaya. Perangkat elektronik apapun memiliki layar yang dilengkapi dengan *pixel-pixel*, dimana masing-masing *pixel* tersebut mempunyai sub-*pixel* lainnya, yaitu cahaya berwarna

merah, cahaya hijau, serta cahaya biru. Layar perangkat elektronik menampilkan warna dengan kombinasi cahaya merah, hijau, dan biru, sehingga desain apapun yang ditampilkan pada layar harus di desain dengan format warna RGB. Model warna RGB bekerja melalui penambahan warna (*additive colors*). Mudahnya, layar perangkat elektronik adalah hitam. Saat ditambahkan cahaya warna, layar akan menjadi lebih *vibrant* dan jika semakin terang, warnanya akan lebih mendekati warna putih. Sementara, model warna CMYK bekerja melalui pengurangan warna (*subtractive colors*). Berbeda dengan perangkat elektronik, dasar media cetak adalah putih. Proses pencetakan adalah proses menambahkan warna kedalam warna putih tersebut. Semakin banyak warna yang ditambahkan, hasil cetak yang dihasilkan akan semakin gelap. Singkatnya, warna RGB adalah warna yang harus dilihat dengan cahaya, sementara CMYK tidak. Sebab itu, penting bagi seorang desainer untuk memutuskan media desain sebelum memulai perancangan untuk menentukan model warna apa yang sebaiknya digunakan.



Gambar 2.15 Perbedaan Warna RGB dan CMYK  
Sumber: [printplace.com](http://printplace.com)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 2.1.2.3 Fungsi Warna

Kuswara (2019) menyebutkan bahwa terdapat beberapa fungsi dari penggunaan warna pada desain, yaitu:

#### 1) Fungsi Identitas

Warna digunakan untuk mempermudah orang untuk mengenali identitas suatu perusahaan, *brand*, atau organisasi. Warna adalah salah satu unsur yang paling melekat dalam suatu bentuk identitas visual, sebab orang dapat mengenali *brand* hanya dari warnanya saja. Sebagai contoh sederhana, warna hijau sering digunakan untuk organisasi keagamaan di Indonesia, sehingga jika melihat suatu organisasi dengan logo berwarna hijau secara otomatis *audience* akan mengasosiasikannya dengan organisasi keagamaan, khususnya agama muslim.



Gambar 2.16 Fungsi Identitas  
Sumber: <https://shorturl.at/EIPQ3>

#### 2) Fungsi Isyarat dan Komunikasi

Komunikasi juga dapat dilakukan melalui pemberian warna-warna yang sesuai kepada lawan bicara. Contohnya, pengibaran bendera berwarna putih diartikan sebagai tanda menyerah. Warna juga mempercepat proses komunikasi atau penyampaian informasi, seperti pada lampu lalu lintas dimana hanya dengan

menunjukkan satu warna pengguna jalan akan langsung mengetahui kapan harus berhenti, bersiap, dan melaju.



Gambar 2.17 Fungsi Isyarat dan Komunikasi  
Sumber: <https://t.ly/rIXLZ>

### 3) Fungsi Psikologis

Warna dapat mempengaruhi perasaan atau suasana yang dirasakan saat dilihat. Berikut merupakan contoh kemampuan warna dalam memberi respon psikologis terhadap *audience*:

- a. Warna kuning: Melambangkan optimisme, terkesan hangat, menonjol, dan mencolok.
- b. Warna oranye: Melambangkan antusiasme, kepercayaan diri, dan kegembiraan.
- c. Warna merah: Dalam arti positifnya warna merah dapat diasosiasikan dengan perasaan kuat, hangat, asmara, dan sesuatu yang mendesak. Namun, warna merah juga dapat melambangkan perasaan amarah.
- d. Warna ungu: Melambangkan kemewahan, kebijaksanaan, keagungan, lekat dengan hal-hal berbau kerajaan dan mistis.
- e. Warna biru: Melambangkan ketenangan seperti air, kekuatan, handal, memberi kesan serius dan dapat dipercaya.
- f. Warna hijau: Melambangkan pertumbuhan, tenang, damai, memberi kesan segar dan alami.
- g. Warna hitam: Melambangkan ketegasan, kekuatan, serta profesionalitas dan kredibilitas.

h. Warna coklat: Melambangkan kesederhanaan, klasik, dan memberi kesan tradisional.

i. Warna putih: Melambangkan kesucian, kemurnian, memberi kesan bersih dan santun.

#### **4) Fungsi Alamiah**

Warna difungsikan untuk menggambarkan suatu obyek secara nyata. Contohnya, warna hijau digunakan untuk menggambarkan daun, warna biru untuk air dan langit, warna coklat untuk batang pohon, dan lainnya.

#### **5) Fungsi Pembentuk Keindahan (Estetika)**

Dengan adanya warna, suatu obyek atau suatu desain menjadi lebih indah dan menarik untuk dipandang. Warna juga mempermudah penglihatan orang untuk mengenali serta membedakan satu obyek dengan obyek lainnya.

### **2.1.3 Tipografi**

Tipografi disebut juga sebagai bahasa visual dimana tipografi difungsikan untuk memvisualisasikan sebuah kata-kata menjadi satu dengan elemen visual lainnya guna menyampaikan sebuah informasi atau pesan (Kuswara, 2019). Hampir seluruh media yang kita lihat sehari-hari tidak luput dari unsur tipografi. Adanya unsur tipografi yang baik membuat suatu media menjadi komunikatif sehingga tujuan pembuatannya dapat tersampaikan dengan baik kepada *audience*.

#### **2.1.3.1 Prinsip-Prinsip Tipografi**

##### **1) *Legibility***

Prinsip *legibility* atau legibilitas tipografi merupakan tingkat kemudahan mata audience dalam menangkap suatu pesan dalam tipografi (Kuswara, 2019). Tingkat legibilitas suatu kata atau kalimat dalam desain dapat dipengaruhi pada pemilihan *font* yang sesuai, tingkat ketebalan huruf, jarak antara penempatan

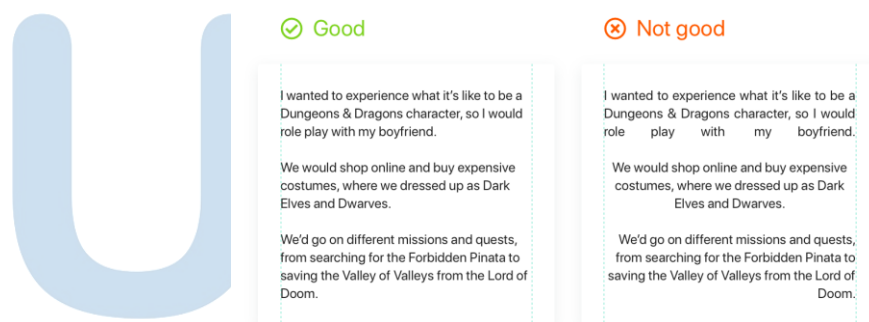
suatu kalimat dengan kalimat lain dibawahnya atau disampingnya, dan lain sebagainya.



Gambar 2.18 Pengaruh Prinsip Legibilitas pada Tipografi  
Sumber: <https://shorturl.at/chlnN>

## 2) *Readability*

Prinsip *readability* atau keterbacaan merupakan tingkat kenyamanan suatu kata atau kalimat dapat dibaca dan dimengerti dengan baik (Kuswara, 2019). Baiknya tingkat keterbacaan tipografi dapat dipengaruhi oleh jarak satu huruf dengan huruf lainnya; apakah jarak antar hurufnya terlalu jauh atau terlalu berdekatan. Selain itu, banyaknya jumlah kata atau kalimat yang digunakan juga memengaruhi kenyamanan baca.



Gambar 2.19 Contoh Penerapan Prinsip *Readability*  
Sumber: <https://safehouseweb.com/wp-content/uploads/2022/03/left-alignment.png>

## 3) *Visibility*

Prinsip *visibility* menaruh pondasi terhadap tingkat kemudahan kata atau kalimat dapat dibaca dengan jarak tertentu (Kuswara, 2019). Untuk mencapai prinsip *visibility*, ukuran kata atau

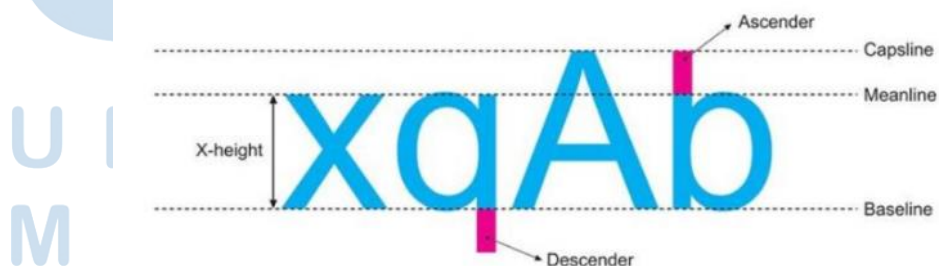
kalimat serta *font* yang digunakan harus disesuaikan dengan jenis serta ukuran media yang akan digunakan. Contohnya, untuk perancangan desain *billboard* ukuran tulisan yang digunakan sebaiknya tidak terlalu kecil dan ketebalannya sebaiknya tidak terlalu tipis. Sebaliknya, jika media yang digunakan merupakan media dengan ukuran kecil maka ukuran *font* disesuaikan sehingga tidak memenuhi ruang desain.



Gambar 2.20 Contoh Penerapan Prinsip *Visibility*  
Sumber: <https://shorturl.at/GNY15>

### 2.1.3.2 Anatomi Huruf

Setiap huruf memiliki bentuk dan komponen yang berbeda satu dengan yang lainnya (Zainudin, 2021). Untuk menjaga keterbacaan suatu kata atau kalimat, perlu pengenalan dasar mengenai anatomi huruf. Menurut buku yang berjudul *Tipografi* yang ditulis oleh Ahmad Zainudin, S.Kom., M.Kom, terdapat 6 komponen anatomi huruf, yaitu:



Gambar 2.21 Anatomi Huruf  
Sumber: Zainudin (2021)



1) ***Ascender***

Garis vertikal yang membentang dari titik atas *x-height* sampai dengan *capline*. *Ascender* ditemukan pada huruf kecil.

2) ***Meanline***

Garis horizontal paling atas pada bentuk huruf kecil yang mendatar (seperti huruf w, e, t, y, u, h, k, l, z, x, v, n, dan m), namun tidak termasuk dengan *ascender*. Untuk bentuk huruf kecil yang mempunyai liukan seperti q, r, o, p, a, s, d, f, c, b, n, dan m, liukannya akan sedikit melewati garis batas pada *meanline*.

3) ***X-Height***

Batas tinggi dari huruf kecil, namun tidak termasuk dengan *ascender* dan *descender*.

4) ***Baseline***

Garis horizontal paling bawah pada bentuk huruf kecil yang mendatar, namun tidak termasuk dengan *descender*. Untuk bentuk huruf kecil yang mempunyai liukan, maka liukannya akan sedikit melewati garis batas pada *baseline*.

5) ***Descender***

Garis vertikal yang membentang dari titik bawah *x-height*. *Descender* ditemukan pada huruf kecil.

6) ***Capline***

Garis vertikal paling atas yang menjadi batas tinggi setiap huruf kapital dan garis *ascender* pada huruf kecil.

### 2.1.3.3 Bentuk Huruf

Zainudin (2021) menyebutkan bahwa setiap huruf memiliki batang atau *stem*. Beberapa jenis huruf memiliki garis liukan pada ujung bagian batang yang disebut juga dengan istilah terminal.

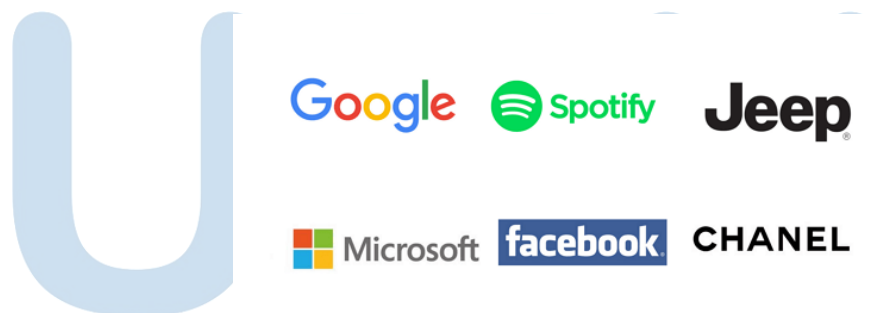


Gambar 2.22 Bentuk Huruf  
Sumber: Zainudin (2021)

Bila dikelompokkan berdasarkan keunikannya, jenis huruf dapat dibedakan menjadi 5 kelompok yang berbeda, antara lain:

1) *Sans Serif*

*Sans serif* bisa disebut juga sebagai huruf yang tidak berkait atau menyambung satu dengan yang lainnya. Huruf sans serif memiliki karakteristik sederhana dan mudah dibaca, sebab huruf *sans serif* hanya terdiri dari tangkai dan batang saja serta ujung dari tiap huruf bersudut tumpul atau tajam tanpa adanya lekukan *hook*/terminal.

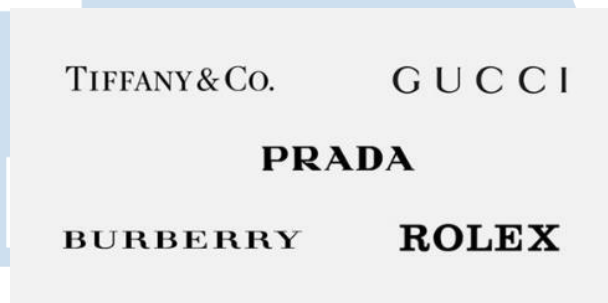


Gambar 2.23 Contoh *Sans Serif*  
Sumber: <https://design.easeus.com/images/logo-maker/resource/sans-serif-font-example.png>



## 2) *Serif*

Sama seperti *sans serif*, huruf *serif* tidak berkait atau menyambung satu dengan yang lainnya. Perbedaannya terletak pada komponen terminal yang terdapat pada huruf *serif*. Hal ini membuat huruf serif memiliki kesan yang elegan, anggun, serta terkesan mewah dan bersifat formal.



Gambar 2.24 Contoh *Serif*

Sumber: <https://images.wondershare.com/mockitt/tips/serif-font-examples-02.jpg>

## 3) *Script*

Huruf *script* berkaitan satu dengan yang lainnya dan bersambung. Huruf *script* disebut paling mirip dengan tulisan tangan sebab cenderung miring dan saling menyambung. Huruf *script* memberi kesan anggun, eksklusif, serta umum digunakan untuk hal-hal yang berbau romansa atau tradisional. Namun, jika ukuran huruf dibuat terlalu kecil atau terlalu banyak maka efektivitas dari keterbacaannya akan berkurang.



Gambar 2.25 Contoh *Script*

Sumber: <https://www.jessicajonesdesign.com/wp-content/uploads/2017/08/script-logo-examples-wordmarks.png>

#### 4) Huruf Dekoratif

Huruf yang dirancang dengan detail sesuai dengan karakteristik tiap hurufnya serta kegunaan pemakaiannya. Desain pada huruf dekoratif bersifat bebas dengan nilai kreativitas tinggi.



Gambar 2.26 Contoh Huruf Dekoratif

Sumber: [https://genlogo.com/files/genlogo\\_rus/news/17/1527836873\\_0.png](https://genlogo.com/files/genlogo_rus/news/17/1527836873_0.png)

#### 5) Huruf *Monospace*

Huruf *monospace* terdiri dari huruf *serif* ataupun *sans serif*. Perbedaannya terletak pada jarak antar huruf yang sama. Penggunaan huruf *monospace* memberi kesan kaku, sederhana, namun futuristik.

Main Fashion Floor  
satisfaction  
oldstyle typewriter  
dress code in effect  
top 5 in music-clips  
individual

Gambar 2.27 Contoh Huruf *Monospace*

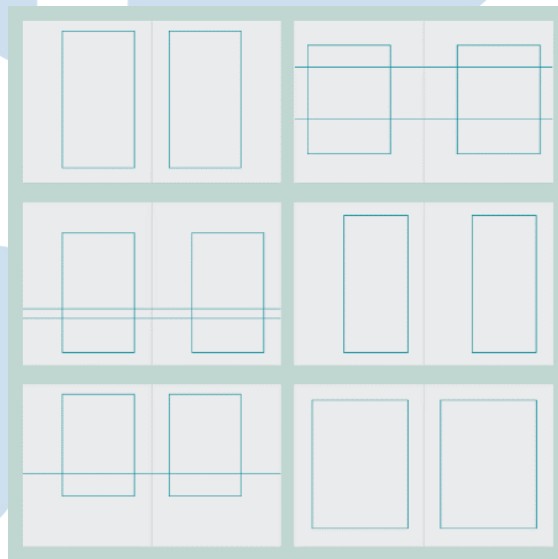
Sumber: <https://shorturl.at/fjOXZ>

#### 2.1.4 Grid

Menurut buku *Making and Breaking the Grid, Third Edition: A Graphic Design Layout*, *grid* adalah sebuah garis bantu dalam desain agar *layout* desain menjadi lebih sistematis (Samara, 2023). *Grid* berfungsi untuk memisahkan informasi satu dengan informasi lainnya, mengatur *flow* mata *audience* dalam membaca suatu informasi, serta mengatur perencanaan pasca perancangan posisi elemen-elemen visual yang akan dimasukkan kedalam *layout* desain. Samara (2023) mengklasifikasikan jenis-jenis *grid* kedalam 4 kelompok, yaitu:

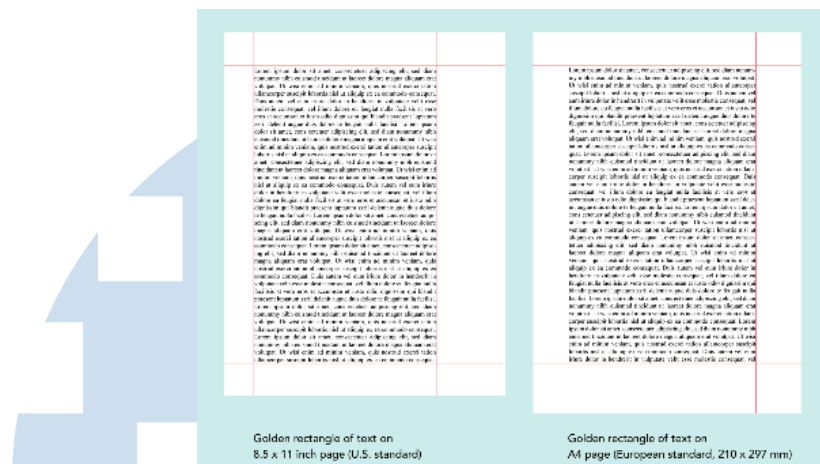
##### 1) *The Manuscript Grid*

*Manuscript grid* merupakan struktur *grid* yang sederhana, dimana hanya terdapat satu ruang besar per halamannya untuk memasukkan *text*. Biasanya, *manuscript grid* dikelilingi oleh *margin* yang sama besar atau diletakkan pada posisi yang simetris dua halaman yang bersebelahan.



Gambar 2.28 Contoh *Manuscript Grid*  
Sumber: Samara (2023)

*Grid* jenis ini umumnya digunakan untuk *text* panjang seperti novel, buku pelajaran, atau *essay*. Berikut merupakan contoh penggunaan *manuscript grid* pada sebuah *layout* buku.



Gambar 2.29 Contoh *Text* Pada *Manuscript Grid*  
 Sumber: <https://shorturl.at/vPU12>

## 2) *The Column Grid*

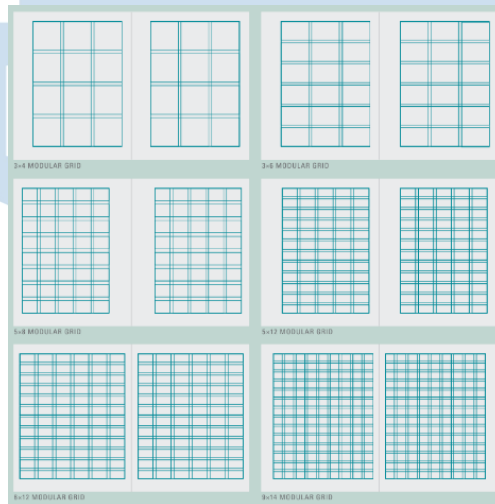
*Column grid* digunakan untuk memasukkan informasi-informasi yang berbeda dalam beberapa kolom, namun tetap memiliki kesinambungan antara satu kolom paragraph dengan kolom lainnya. Pemanfaatan kolom sangat bervariasi, fleksibel, dengan posisi yang bebas. Kolom dapat digunakan untuk memisahkan berbagai jenis informasi dan dapat digunakan untuk memasukkan gambar.



Gambar 2.30 Contoh *Column Grid*  
 Sumber: Samara (2023)

### 3) *The Modular Grid*

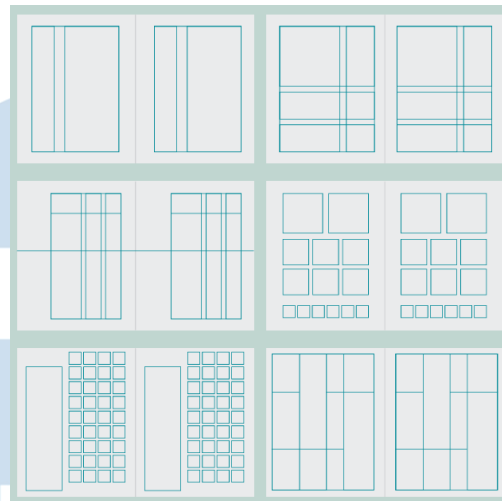
Untuk topik-topik yang berisi berbagai jenis informasi, *modular grid* merupakan pilihan *grid* yang efisien. *Modular grid* merupakan kumpulan garis horizontal yang membagi kolom kedalam beberapa baris sehingga membentuk kumpulan kotak sel yang disebut dengan modul. Setiap ruang modul berisi informasi-informasi singkat. Namun, modul-modul tersebut juga dapat digabungkan menjadi ruang desain yang besar untuk berbagai kepentingan desain atau penulisan. Tingkat keterbacaan pada *modular grid* bergantung kepada banyaknya modul. Modul-modul kecil memberikan fleksibilitas dalam penempatan dan jumlah informasi yang dapat disampaikan. Namun, modul yang terlalu banyak atau terlalu kecil dapat membingungkan pembaca.



Gambar 2.31 Contoh *Modular Grid*  
Sumber: Samara (2023)

### 4) *The Hierarchic Grid*

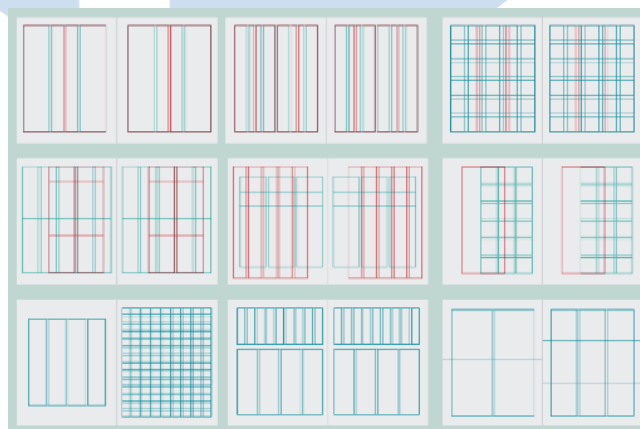
Untuk konten berisi jumlah penulisan dan gambar yang banyak, diperlukan *grid* yang berbeda dari jenis *grid-grid* sebelumnya. *Hierarchic grid* merupakan jenis *grid* yang bebas dan tidak berpaku pada keteraturan ukuran. Besar kolom, jarak antar kolom, serta penempatan kolom disesuaikan tergantung peruntukannya.



Gambar 2.32 Contoh *Hierarchic Grid*  
 Sumber: Samara (2023)

#### 5) *Compound Grid*

*Compound grid* merupakan gabungan dari jenis-jenis *grid* lainnya yang dipadukan dalam satu proyek desain untuk mencapai tampilan tertentu, sesuai imajinasi sang desainer dan kebutuhan penggunaan.



Gambar 2.33 Contoh *Compound Grid*  
 Sumber: Samara (2023)

#### 2.1.5 Ilustrasi

Ilustrasi dapat diartikan sebagai sebuah bentuk visual yang merepresentasikan sebuah informasi agar dapat tersampaikan dengan lebih baik dan jelas (Witabora, 2012). Ilustrasi difungsikan untuk mendampingi tulisan dalam buku, sehingga sejarah ilustrasi pun tidak terlepas dari perkembangan buku.



### 2.1.5.1 Peran Ilustrasi

Selain untuk memperjelas tulisan dan informasi, ilustrasi juga memiliki peran lainnya. Witabora (2012) menjabarkan beberapa peran ilustrasi, antara lain sebagai berikut.

#### 1) Ilustrasi Sebagai Alat Informasi

Perkembangan ilustrasi sebagai alat informasi berawal pada abad ke-19, sejalan dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan pendidikan. Para ilmuwan menggunakan ilustrasi sebagai salah satu media untuk memvisualisasikan objek ataupun subjek yang sedang diteliti. Dalam dunia kedokteran sendiri, ilustrasi banyak digunakan untuk menggambarkan anatomi tubuh manusia untuk keperluan pendidikan. Selain itu, ilustrasi juga digunakan untuk mendokumentasikan kejadian bersejarah serta penjelasan informasi lainnya seperti fungsi, tata cara, demonstrasi, teknik, dan masih banyak lagi.



Gambar 2.34 Contoh Ilustrasi Pendidikan  
Sumber: <https://shorturl.at/csABM>

#### 2) Ilustrasi Opini

Peran ilustrasi sebagai penyampaian opini biasanya dapat dilihat dalam dunia jurnalisme, seperti pada koran atau majalah.

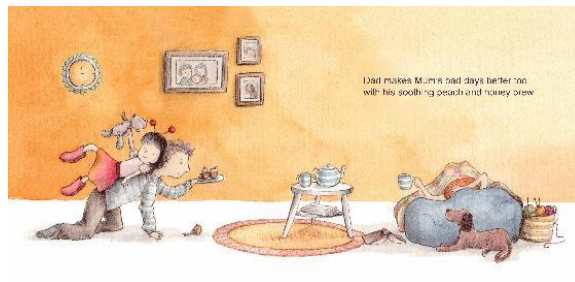
Ilustrasi opini biasanya lekat kaitannya dengan politik dan isu-isu hangat, karena dapat bersifat menggiring atau provokatif namun dikemas dengan gaya ilustrasi yang menghibur.



Gambar 2.35 Contoh Ilustrasi Politik  
 Sumber: <https://www.dailynews.com/wp-content/uploads/2023/11/280263.jpg?w=620>

### 3) Ilustrasi Sebagai Alat Untuk Bercerita

Peran ilustrasi sebagai alat bercerita banyak digunakan dalam dunia narasi seperti pada buku cerita anak, komik, dan novel. Pada sampul buku sendiri, hampir selalu terdapat ilustrasi sebagai media untuk mendeskripsikan isi konten buku. Sementara pada buku, ilustrasi difungsikan untuk menggambarkan suasana atau adegan-adegan dalam cerita sehingga pembaca dapat semakin terserap ke dalam cerita.



Gambar 2.36 Contoh Ilustrasi Narasi  
 Sumber: <https://shorturl.at/gnxDF>

### 4) Ilustrasi Sebagai Alat Persuasi

Persuasi menggunakan ilustrasi sering digunakan dalam dunia komersial untuk kebutuhan periklanan. Ilustrasi digunakan untuk mengkomunikasikan produk serta memberi kesadaran *audience* tentang sebuah produk ataupun sebuah merek dagang tertentu. Ilustrasi pada dunia komersial sangat luas dan bervariasi dari berbagai macam jenis produk, barang ataupun

jasa, teknologi, properti, perbankan, pariwisata, pakaian, dan masih banyak lagi.



Gambar 2.37 Contoh Ilustrasi Komersial  
Sumber: <https://shorturl.at/bfDLN>

### 5) Ilustrasi Sebagai Identitas

Untuk memberi ciri khas yang melekat pada sebuah produk atau perusahaan, dibutuhkan elemen-elemen visual berupa warna dan ilustrasi agar *audience* dapat dengan mudah mengenali serta mengingat merek tersebut. Contoh penggunaan ilustrasi untuk identitas paling banyak ditemui adalah logo perusahaan. Ilustrasi berupa bentuk abstrak atau motif pada desain produk juga termasuk kedalam peran ilustrasi sebagai identitas, sebab *audience* dapat langsung mengenali gambar dan motif tersebut tanpa membaca mereknya terlebih dahulu. Contoh implementasinya adalah pada merek Adidas, dimana Adidas lekat dengan motif tiga garis miring seperti pada logonya. Karena sudah menjadi ciri khas Adidas, *audience* dapat mengenali sepatu bermerek Adidas hanya dengan ciri khas motif garis tersebut.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 2.38 Contoh Ilustrasi Logo  
Sumber: <https://shorturl.at/blCWZ>



Gambar 2.39 Contoh Ilustrasi Identitas  
Sumber: <https://shorturl.at/bwIRO>

#### 6) Ilustrasi Sebagai Desain

Ilustrasi berupa motif atau maskot karakter yang diimplementasikan ke dalam produk-produk *fashion* seperti baju, tas, dan pakaian lainnya merupakan peran ilustrasi sebagai desain. Kemelekatan dunia ilustrasi dengan dunia desain membuka peluang bagi para ilustrator untuk berperan sebagai desainer. Salah satu contoh yang paling banyak ditemui adalah karakter Kaws karya Brian Donnelly yang seringkali berkolaborasi dengan berbagai merek pakaian.



Gambar 2.40 Contoh Ilustrasi Desain  
Sumber: <https://shorturl.at/ixzS7>

## 2.2 Media Informasi

Joseph Turow (2020) menulis pada bukunya yang berjudul *Media Today: Mass Communication in a Converging World 7th Edition* bahwa media informasi merupakan sebuah ruang atau tempat untuk menyampaikan sebuah pesan, penerangan, maupun penjelasan mengenai suatu hal. Dengan adanya media informasi, terjadinya komunikasi dari satu individu atau satu instansi terhadap massa dapat terlaksana. Dengan kata lain, media informasi menyambungkan audience dengan dunia, pengetahuan, dan hiburan. Menurut Turow (2020), media informasi dibagi lagi ke dalam media cetak dan media digital. Terdapat beberapa jenis media cetak, salah satunya adalah buku.

### 2.2.1 Buku

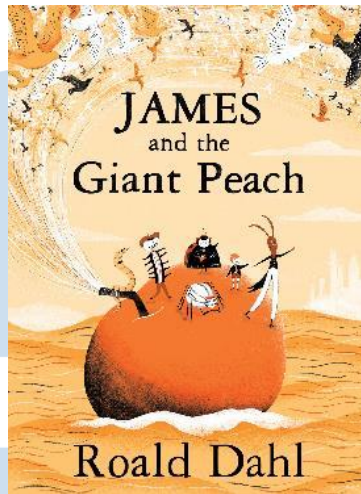
Menurut *Oxford Dictionary*, buku merupakan sebuah media berupa kumpulan lembaran kertas yang digabungkan dengan penjilidan atau teknik lainnya sehingga menghasilkan halaman-halaman yang dapat dibolak-balik. Perancangan desain buku merupakan salah satu pelopor perkembangan konsep desain yang sudah ada saat ini, sebab agar sebuah buku dapat terlihat menarik dibutuhkan komponen-komponen desain dalam pembuatannya.

#### 2.2.1.1 Komponen Buku

Menurut Ryszard Bienert (2012) dalam bukunya yang berjudul *Book Design*, terdapat beberapa komponen buku, yaitu:

##### 1) *Cover*

Buku dapat dikatakan sebagai sebuah produk, yang artinya *cover* buku merupakan kemasan dari produk itu sendiri. Kemasan yang baik adalah kemasan yang mampu menarik perhatian pembaca serta mengekspresikan isi dari apa yang disampaikan oleh buku tersebut dengan ilustrasi yang dekoratif, warna yang mudah ditangkap mata serta sesuai dengan isi buku, dan informasi buku seperti judul buku, penulis, penerbit, serta sinopsis. *Cover* juga berfungsi untuk melindungi isi buku yang terbuat dari kertas, yang biasanya mudah sobek.



Gambar 2.41 Contoh Cover Buku

Sumber: <https://www.theartworksinc.com/wp-content/uploads/2021/11/RS0022-1.jpg>

## 2) *Book Spine*

*Book spine* dapat diibaratkan sebagai tulang dalam buku, dimana *spine* bertugas untuk menopang keseluruhan halaman buku dan menyatukannya dengan *cover* depan dan belakang. Pada lemari toko buku, biasanya buku-buku disusun dengan memperlihatkan sisi *spine* nya saja untuk menghemat tempat, sehingga peran desain *spine* yang menarik juga sama pentingnya seperti *cover* buku. Desain *spine* harus selaras dengan gaya desain *cover* serta isi buku.

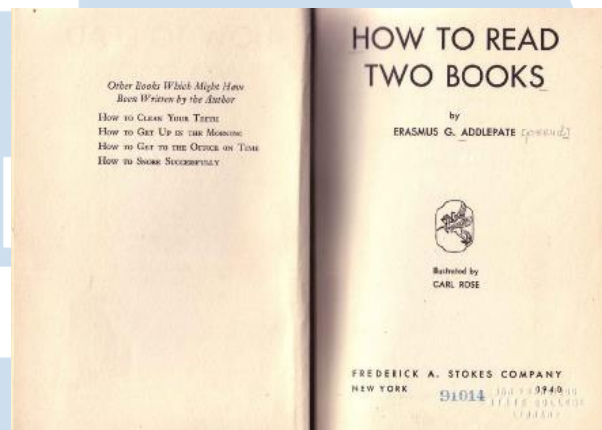


Gambar 2.42 Contoh *Spine* Buku

Sumber: <https://s26162.pcdn.co/wp-content/uploads/2015/12/book-spines.jpeg>

### 3) *Fly Page*

*Fly Page* merupakan halaman yang menjembatani antara *cover* dan isi buku. *Fly page* biasanya terdiri dari halaman kosong, judul buku, halaman *copyright*, dan kata pengantar. Buku yang ditandatangani penulisnya biasanya ditandatangani pada bagian halaman *fly page*.



Gambar 2.43 Contoh *Fly Page* Buku

Sumber: <https://scriptoriumdaily.com/wp-content/uploads/2017/03/2books-title-page-1024x780.jpg>

### 4) *Contents*

Konten merupakan isi dari buku itu sendiri yang terdiri dari halaman-halaman. Untuk buku seperti novel, desain halaman akan dibuat sesederhana mungkin agar pembaca mudah membaca isi buku. Sehingga, warna halaman yang dipilih haruslah warna-warna yang natural. Berbeda dengan buku ilustrasi, halaman-halaman pada buku ilustrasi dapat berupa gambar-gambar atau warna yang mencolok, sebab konten tulisannya lebih sedikit.

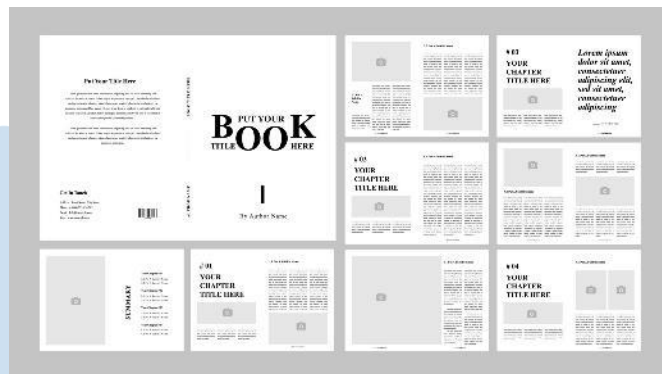
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 2.44 Contoh *Contents* Buku  
Sumber: [https://t.ly/wTm\\_p](https://t.ly/wTm_p)

### 5) *Layout*

*Layout* desain dapat disebut juga sebagai format desain pada keseluruhan sisi halaman pada suatu buku. *Layout* buku termasuk pada penempatan paragraf, penempatan nomor halaman, serta penempatan gambar (jika ada). *Layout* yang baik menghasilkan keterbacaan dan *flow* baca yang baik pula. Karena itu, *layout* buku sebaiknya sederhana, tidak berantakan namun tidak kaku, dan selaras dengan isi buku.

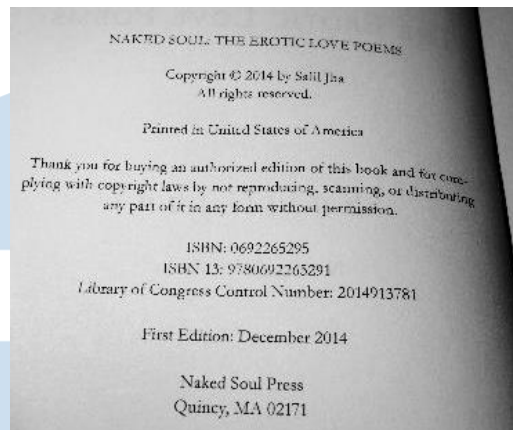


Gambar 2.45 Contoh *Layout* Buku  
Sumber: <https://cutt.ly/2wNrNSPU>

### 6) *Copyright Page*

*Copyright page* berisi judul buku, nama penulis, nama editor, penerbit, tahun serta lokasi terbit, lisensi buku, edisi, ISBN, hingga harga. *Copyright page* terletak di halaman paling belakang buku.





Gambar 2.46 Contoh *Copyright Page*  
Sumber: <https://cutt.ly/awNrMsDZ>

### 2.2.1.2 Peran-Peran Dalam Perancangan Buku

Dalam merancang sebuah buku, dibutuhkan sekelompok orang dengan peran yang berbeda-beda untuk saling menyempurnakan proses perancangan. Menurut Haslam (2006), terdapat beberapa peran yang dibutuhkan dalam merancang sebuah buku, antara lain:

#### 1) *Author* atau *Writer*

Seorang penulis merupakan orang yang berperan sebagai pencetus ide dan menulis *script* buku. Biasanya, seorang penulis akan berdiskusi terlebih dahulu dengan seorang editor mengenai garis besar tema buku yang akan dieksplorasi. Pertama-tama, penulis akan merancang sebuah synopsis untuk dipresentasikan kepada penerbit. Bila penerbit tertarik untuk mempublikasikannya, barulah penulis merancang isi buku secara keseluruhan.

#### 2) *Publisher*

Penerbit merupakan seseorang ataupun sebuah perusahaan yang berperan dalam menginvestasikan proses produksi buku. Bentuk investasi yang diberikan dapat berupa pendanaan penulisan, produksi, proses *printing*, *binding*, sampai pendistribusian buku.

Penerbit melakukan kesepakatan dengan penulis untuk mencapai sebuah kontrak kerja yang saling menguntungkan.

**3) *Editor***

*Editor* bekerja sama dengan penulis dalam proses penulisan, seperti memberi arahan, saran, dan kritik kepada penulis. Selain itu, *editor* juga berperan sebagai orang yang mengoreksi serta merevisi naskah penulis.

**4) *Proofreader***

Seorang *proofreader* berperan untuk memeriksa naskah dari penulis, sebagai tahapan akhir dalam memastikan tidak ada lagi kesalahan dalam naskah baik itu dari segi isi, penulisan, *typo*, dan lain sebagainya. Namun, tidak jarang seorang *editor* juga merangkap sebagai *proofreader*.

**5) *Readers***

Pada proses perancangan sebuah buku, *readers* dibutuhkan untuk berperan sebagai konsultan. *Readers* tidak bekerja langsung dengan penulis pada proses perancangan buku, namun *readers* melakukan *review* secara objektif saat buku selesai dirancang untuk memberikan masukan kepada *editor*, penulis, dan desainer buku mengenai kualitas, keakuratan, keterbacaan tulisan, dan masih banyak lagi.

**6) *Art Director***

*Art director* bekerja di perusahaan penerbit sebagai seorang desainer yang bertanggungjawab untuk visual buku-buku yang akan diterbitkan. Dalam merancang visual buku, seorang *art director* bekerja sama dengan ilustrator atau fotografer untuk mengarahkan perancangan ilustrasi maupun foto agar sesuai dengan kebutuhan.

**7) *Designer***

Desainer bertanggungjawab untuk mendesain visual buku, termasuk mengkomunikasikan isi buku secara visual serta

menyatukan berbagai elemen desain menjadi suatu kesatuan pada tiap halaman maupun *cover* buku.

**8) *Permissions Manager***

Agar penerbit dapat memakai konten isi atau gambar yang dimiliki oleh orang lain, harus ada perjanjian tertulis yang disetujui oleh pemilik *copyright* sebelum publikasi dilakukan. Sang pemilik *copyright* dapat mengenakan biaya kepada penerbit agar *text* atau gambarnya dapat digunakan secara legal dan saling menguntungkan. *Permissions manager* bertanggungjawab untuk mengontrol penggunaan *text* dan gambar yang dimiliki atau dipinjamkan kepada penerbit, termasuk didalamnya menyeleksi pihak-pihak yang ingin menggunakan material dari buku.

**9) *Marketing Manager***

Cakupan dari pekerjaan marketing manager tidak terbatas pada pengawasan distribusi, namun bagian promosi dan penjualan buku juga merupakan tanggung jawab mereka. Mereka juga dituntut untuk mengembangkan strategi yang sesuai untuk pemasaran. Selain itu, mereka bertanggung jawab untuk memberikan pengarahan pada sales, dan mempromosikan penjualan di berbagai pameran, dimana mereka dapat bertemu dengan penerbit lainnya dan menemukan peluang untuk mempromosikan buku mereka ke luar negeri.

**10) *Production Manager***

*Production manager* memiliki tanggungjawab untuk melakukan pencatatan dari kualitas dan biaya produksi buku, seperti penjadwalan produksi, pengiriman, dan pencatatan biaya setiap buku secara rinci. Mereka membutuhkan kemampuan berorganisasi yang baik, serta kemampuan untuk menangani beberapa proyek sekaligus dalam satu waktu.

### 11) *Printer*

*Printer* berperan dalam proses pencetakan buku. Karya visual atau *digital file* diberikan dari desainer atau *production manager*. Pada buku apapun, *printer* membuat pra-cetak dari sebuah buku, memindai gambar atau ilustrasi dengan resolusi tinggi dan menyiapkan pelat sebagai persiapan sebelum pemeriksaan buku. Pemeriksaan buku dapat dilakukan oleh percetakan atau diserahkan kepada perusahaan spesialis pemeriksaan buku.

### 12) *Distribution Manager*

Catatan persediaan dan proses distribusi buku dari gudang sampai ke pedagang merupakan tanggung jawab dari seorang *distribution manager*. Proses pendistribusian ini memerlukan keseimbangan antara frekuensi distribusi dengan jumlah barang yang akan didistribusikan. Jumlah distribusi yang terlalu sedikit menyebabkan peningkatan pada frekuensi pengiriman, sehingga biaya pengirimannya menjadi lebih besar. Begitu juga dengan frekuensi distribusi yang kecil bisa menyebabkan kekurangan persediaan pada pedagang dan toko-toko.

### 13) *Sales Representative*

*Sales representative* dipekerjakan oleh perusahaan penerbit untuk menghubungi para penjual buku eceran, klub buku, atau para penerbit lainnya. Hubungan antara perwakilan sales dengan pengecer dibangun dengan cara mengenal kebiasaan dan kecenderungan pembelian pengecer. Besar gaji yang diterima oleh *sales representative* berupa komisi yang dapat meningkat sesuai dengan besaran jumlah buku yang berhasil mereka jual.

### 14) *Retailer*

*Retailer* merupakan sebuah *channel* atau tempat dimana buku-buku dijual, baik secara *onsite* maupun *online*. Contoh situs *retail* buku yang dikenal masyarakat luas adalah Amazon.

Meskipun terdapat banyak jenis peran dalam perancangan buku, peran-peran yang terlibat dalam perancangan maupun tahapan perancangan bervariasi tergantung dengan penerbit. Berikut merupakan contoh-contoh tahapan dalam perancangan buku yang umum digunakan oleh penerbit:

- 1) *Writer – Publisher – Editor – Designer – Production – Printer – Distribution – Retail*
- 2) *Publisher – Writer – Editor – Designer – Production – Printer – Distribution – Retail*
- 3) *Editor – Publisher – Writer – Designer – Production – Printer – Distribution – Retail*
- 4) *Illustrator/Designer/Photographer – Writer – Publisher – Editor – Production – Printer – Distribution – Retail*

### **2.3 Character Design**

*Character design* adalah perancangan desain sebuah karakter dalam bentuk manusia atau yang menyerupai manusia dengan keunikan khusus (Zhao, 2012). Dalam merancang sebuah karakter, desainer cenderung mendasari karakter tersebut dengan imajinasinya semasa belia maupun karakter-karakter yang baru-baru ini menarik perhatiannya. Salah satu alasannya adalah karena seorang desainer ingin melihat dirinya sebagai karakter tersebut dan lebih mudah baginya untuk mengerti konflik karakter tersebut.

#### **2.3.1 Perancangan Karakter**

Dalam merancang sebuah karakter, langkah pertama yang dilakukan adalah menentukan *archetypes*. *Archetypes* disebut juga sebagai sifat, perilaku, maupun penampilan yang ingin kita rancang dalam pembuatan karakter (Tillman, 2019). Selain *archetypes*, dalam perancangan karakter dibutuhkan sebuah *backstory* yang melatarbelakangi karakter tersebut sebagai dasar pembentukan cerita dan perilaku karakter. Oleh karena itu, seorang desainer biasanya menghabiskan banyak waktu dan usaha dalam merancang satu karakter.

Dalam membuat *backstory* karakter, cara yang biasanya dilakukan untuk mengarahkan proses perancangan agar sistematis adalah dengan menjawab pertanyaan *who, what, when, where, why*, dan *how* dengan penjabaran sebagai berikut:

- 1) *Who*: Siapakah karakter ini?
- 2) *What*: Apa yang karakter ini lakukan dalam cerita?
- 3) *When*: Pada tahun berapakah cerita ini terjadi?
- 4) *Where*: Dimanakah cerita ini terjadi?
- 5) *Why*: Apa yang membuat karakter tersebut termotivasi untuk melakukan hal yang ia lakukan dalam cerita?
- 6) *How*: Bagaimana cara ia melakukan hal yang dilakukannya dalam cerita?

Guna mengeksplorasi karakter lebih mendalam, dibutuhkan informasi lain seputar karakter yang mendetail. Menurut Tillman (2019), informasi karakter dapat dirancang dengan mengacu pada beberapa bagian pertanyaan, yaitu *basic statistics, distinguishing features, social characteristics, attributes and attitudes, emotional characteristics, spiritual characteristics*, dan *character's involvement in the story*. Selanjutnya, perancangan desain karakter dan cerita secara keseluruhan dapat didasari dengan informasi-informasi tersebut agar saling terhubung.

#### **2.3.1.1 Basic Statistics**

- 1) *Name*: Siapa nama karakter yang akan dirancang?
- 2) *Alias*: Apakah karakter tersebut memiliki nama lain?
- 3) *Age*: Berapa umurnya?
- 4) *Height*: Berapa tinggi badannya?
- 5) *Weight*: Berapa berat badannya?
- 6) *Sex*: Apakah ia seorang perempuan atau laki-laki?
- 7) *Race*: Berasal dari suku atau ras manakah karakter tersebut?
- 8) *Eye Color*: Apa warna matanya?
- 9) *Hair Color*: Apa warna rambutnya?

- 10) *Glasses or Contact Lenses*: Apakah dia memakai kacamata, lensa kontak, atau tidak memakai keduanya?
- 11) *Nationality*: Apa kewarganegaraannya?
- 12) *Skin Color*: Apa warna kulitnya?
- 13) *Shape of Face*: Bagaimana bentuk wajahnya?

#### **2.3.1.2 Distinguishing Features**

- 1) *Clothing*: Bagaimana cara ia berpakaian?
- 2) *Mannerisms*: Bagaimana *gesture* karakter tersebut?
- 3) *Habits*: Apa kebiasaan baik dan buruk yang dimiliki?
- 4) *Health*: Bagaimana kesehatannya?
- 5) *Hobbies*: Apakah ia memiliki hobi?
- 6) *Favorite Sayings*: Apa yang sering ia katakan?
- 7) *Voice*: Bagaimanakah suara karakter tersebut (lembut, keras, bersuara berat, dan sebagainya)?
- 8) *Walking Style*: Bagaimana cara ia berjalan?
- 9) *Disabilities*: Apakah karakter tersebut memiliki disabilitas secara fisik maupun mental?
- 10) *Character's Greatest Flaw*: Apa kekurangannya?
- 11) *Character's Best Quality*: Apa kelebihan yang membuatnya menonjol dari karakter lainnya?

#### **2.3.1.3 Social Characteristics**

- 1) *Hometown*: Darimana ia berasal?
- 2) *Current Residence*: Dimana ia sekarang tinggal?
- 3) *Occupation*: Apakah dia sudah bekerja? Apa yang dia lakukan sehari-hari?
- 4) *Income*: Berapa pendapatan yang dihasilkan?
- 5) *Talent/Skills*: Apakah ia memiliki talenta atau *skill*?
- 6) *Family Status*: Berapa anggota keluarganya (ayah, ibu, saudara, kakek, nenek, bibi, paman, dan sebagainya) dan bagaimana

hubungan karakter tersebut terhadap anggota-anggota keluarganya yang lain?

7) *Character as a Child*: Bagaimana masa kecilnya?

8) *Character as an Adult*: Bagaimana keadaannya ketika sudah menginjak usia dewasa?

#### **2.3.1.4 Attributes and Attitudes**

1) *Educational Background*: Apa pendidikan terakhirnya?

2) *Intelligence Level*: Bagaimana intelegensinya?

3) *Character's Goals*: Apa yang ingin ia capai dalam jangka pendek maupun jangka panjang?

4) *Self-Esteem*: Saat karakter tersebut berkaca, bagaimana pandangannya terhadap dirinya sendiri secara fisik maupun mental?

5) *Confidence*: Apakah ia seseorang yang percaya diri, tidak percaya diri, atau cenderung terlalu percaya diri?

6) *Emotional State*: Apakah karakter tersebut cenderung mengedepankan perasaannya ataukah ia lebih memakai logikanya?

#### **2.3.1.5 Emotional Characteristics**

1) *Introvert or Extrovert*: Apakah ia lebih memilih untuk menyendiri atau aktif bersosialisasi?

2) *Motivation*: Apa motivasi yang dimilikinya?

3) *Fear*: Apakah ia memiliki ketakutan akan sesuatu?

4) *Happiness*: Hal apa saja yang membuatnya senang?

5) *Relationships*: Bagaimana hubungannya dengan orang lain?

#### **2.3.1.6 Spiritual Characteristics**

Apakah karakter tersebut memercayai Tuhan? Bila iya, apakah ia memiliki kepercayaan yang kuat terhadap Tuhannya dan bagaimana ia menghidupi kepercayaan tersebut dalam kehidupan sehari-hari?



### 2.3.1.7 *Character's Involvement in the Story*

- 1) *Archetype*: Apa jenis *archetype*-nya?
- 2) *Environment*: Apakah situasi dan lingkungannya memengaruhi perilaku karakter tersebut secara fisik maupun mental?
- 3) *Timeline*: Apa 5 kejadian dalam *backstory* karakter tersebut yang berpengaruh pada situasinya di masa kini?

## 2.4 **Kepribadian Manusia**

Dalam bukunya yang berjudul *Teori Psikologi Kepribadian Manusia*, Fatwikiningsih (2020) menjelaskan bahwa kepribadian atau *personality* diambil dari kata *persona* yang merupakan bahasa latin. *Persona* sendiri memiliki arti topeng yang digunakan pemain drama. Bila ditarik ke dalam definisinya secara psikologi, *personality* merupakan citra atau atribut seseorang yang ditampilkan kepada orang lain selain diri sendiri. *Personality* atau kepribadian menggambarkan tingkah laku seseorang, cara seseorang hidup dan berinteraksi, cara seseorang menghadapi sesuatu, nilai yang dipegang, dan sebagainya.

### 2.4.1 *Self-Concept*

*Self-Concept* atau konsep diri merupakan penggambaran seseorang terhadap dirinya sendiri berdasarkan kualitas serta kelemahan yang dimiliki (Wibowo, 2020). Konsep diri tidak semerta-merta dibentuk sejak awal perkembangan seseorang, namun perilaku serta pandangan orang lain terhadap diri sendiri juga mampu mempengaruhi baik atau tidaknya konsep diri. Sebab, konsep diri merupakan pemahaman diri terhadap diri sendiri, yang terkadang pemahaman itu terbentuk dari dunia luar. Seseorang yang memiliki konsep diri yang baik mampu berpikir positif di tengah masalah, percaya diri, serta mampu mengembangkan kekurangan pada diri sendiri. Sebaliknya, seseorang yang tidak memiliki pemahaman yang baik akan sering merasa tidak percaya diri dan tidak menyukai diri sendiri.

### 2.4.2 *Insecurity*

*Insecurity* merupakan perasaan yang dirasakan seseorang, biasanya dipengaruhi oleh konsep diri yang buruk serta ketidakpercayaan diri.

Seseorang yang merasa *insecure* menempatkan dirinya seolah-olah berada di posisi yang tidak nyaman, tidak merasa aman, memiliki rasa takut terhadap hal yang belum tentu terjadi, dan kehilangan rasa percaya diri (Wibowo, 2020). Perasaan *insecure* muncul karena pemahaman diri atau konsep diri yang tidak benar, sehingga memfokuskan pandangan hanya terhadap aspek-aspek dalam diri yang dirasa kurang namun mengalihkan pandangan dari hal-hal yang dapat disyukuri.

## **2.5 Kebenaran Firman Tuhan Dalam Alkitab**

Allah menciptakan bumi dan segala isinya. Namun, dari seluruh ciptaan Allah, manusialah yang merupakan ciptaanNya yang paling berharga. Bahkan, dalam Kejadian 1:21 tertulis bahwa pada hakekatnya, manusia diciptakan sempurna, bahkan segambar dan serupa dengan Allah, dan tidak berdosa. Hanya saja, manusia diberikan karunia berupa akal budi dan kebebasan untuk menentukan jalan hidupnya sendiri. Manusia menjadi tidak sempurna dan jatuh ke dalam dosa sejak Adam dan Hawa mengonsumsi buah terlarang. Sejak saat itu hingga sekarang, manusia hidup dalam dosa. Namun, kenyataan tersebut tidak menggeser cinta Allah kepada manusia sedikitpun.

Hubungan Allah dengan manusia renggang sejak Adan dan Hawa melawan perintah Allah untuk menjauhi dan tidak mengonsumsi buah pengetahuan. Tertulis dalam Kejadian 3:23, Allah mengusir manusia dari Taman Eden ke bumi dalam keadaan dosa. Meskipun manusia harus menjalankan konsekuensi dari dosanya, Allah tidak pernah meninggalkan manusia sendirian. Allah tidak mau manusia terjerumus kedalam upah dosa, yaitu maut. Begitu berharganya manusia di hadapan Allah, sehingga Dia mengaruniakan Anak-nya yang Tunggal untuk menjadi penebus dosa seluruh manusia, agar setiap orang yang percaya kepadaNya tidak binasa melainkan beroleh hidup yang kekal (Yohanes 3:16).

### **2.5.1 Mengasihi Diri Sendiri Menurut Alkitab**

Mengasihi diri sendiri tanpa dasar yang baik merupakan *boomerang* bagi diri sendiri karena menciptakan sifat egois dan kurang menghargai orang lain. Allah pernah berfirman dalam Markus 12:29-30 bahwa perintah

terutama untuk manusia ialah mengasihi Allah, Tuhan, dengan segenap hati, dengan segenap jiwa, dengan segenap akal budi, dan dengan segenap kekuatan. Sedangkan perintah kedua, Allah memerintah manusia untuk mengasihi sesama seperti mengasihi diri sendiri.

Sesuai dengan kebenaran firman, manusia mengasihi diri sendiri bukan untuk kepentingan diri saja, melainkan untuk menjadi berkat bagi orang lain. Mengasihi diri sendiri merupakan perintah Allah, namun manusia tidak dapat mengasihi dengan benar apabila tidak mencontoh pencipta kasih itu sendiri, sebab manusia telah kehilangan kasih sejak jatuh kedalam dosa. Manusia dapat mengasihi karena Allah menyatakan kasihNya kepada setiap orang. Kasih Allah memiliki sifat melayaknya mata air yang hidup, dimana bila seseorang menerimanya kasih itu dapat meluap dan tumpah kepada sesama tanpa pernah habis, seperti tertulis dalam kitab 1 Yohanes 4:16 dan Yohanes 4:13-14.

Walaupun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa manusia haruslah mengalami perubahan dalam diri sebelum dapat mencurahkan berkat bagi orang lain dengan baik. Roma 12:2 berfirman, “Janganlah kamu menjadi serupa dengan dunia ini, tetapi berubahlah oleh pembaharuan budimu, sehingga kamu dapat membedakan manakah kehendak Allah: apa yang baik, yang berkenan kepada Allah dan yang sempurna”. Artinya, Tuhan membentuk perubahan seseorang dimulai dari pribadi masing-masing, bukan dimulai dari orang lain.

### **2.5.2 Percaya Diri Menurut Alkitab**

Perasaan *insecure* atau ketidakpercayaan diri muncul karena persepsi yang salah mengenai kepercayaan itu sendiri. Tidak jarang orang Kristen merasa kurang percaya diri karena berpegang pada pengertian diri sendiri dan orang lain. Seseorang yang kurang mempercayai apa yang Tuhan sampaikan tentang hidupnya akan terus merasa ragu dan kurang. Dalam kata lain, perasaan *insecure* muncul saat kita kurang percaya kepada Tuhan dan lebih percaya kepada diri sendiri.

Kepercayaan diri yang baik menurut Alkitab adalah ketika kita menanggalkan seluruh pengertian kita dan orang lain terhadap diri sendiri dan sepenuhnya mengandalkan Tuhan. Karena hanya kasih Tuhanlah yang dapat membuat kita merasa cukup apa adanya, seperti tertulis dalam 2 Korintus 12:9 yang berbunyi, “Tetapi jawab Tuhan kepadaku: “Cukuplah kasih karunia-Ku bagimu, sebab justru dalam kelemahanlah kuasa-Ku menjadi sempurna.” Sebab itu terlebih suka aku bermegah atas kelemahanku, supaya kuasa Kristus turun menaungi aku”.

Terdapat beberapa kisah dalam Alkitab dimana seseorang merasa *insecure* atau kurang percaya diri, namun Tuhan tetap menyatakan kuasanya pada orang tersebut. Salah satunya adalah kisah mengenai Gideon. Gideon merupakan seorang yang miskin dan berasal dari kaum yang berbadan kecil. Semua orang Israel hidup dalam ketakutan akan penindasan orang Midian saat itu, sehingga mereka hidup di pegunungan, yaitu di gua-gua dan kubu-kubu untuk berlindung. Tuhan mendengar seruan keputusan mereka dan memilih Gideon untuk memenangkan Israel. Bukan karena tanpa alasan, namun Tuhan mengenal kepribadian Gideon dan mempercayai potensi yang ada dalam dirinya.

Tuhan menyampaikan rencanaNya melalui malaikat yang diutusNya. Pada saat itu, Gideon sedang berada di tempat persembunyian orang-orang Israel saat malaikat menyapanya dengan berkata “Tuhan menyertai engkau, ya pahlawan yang gagah berani”. Tuhan bermaksud untuk membuat Gideon mengetahui pandanganNya terhadap dirinya, sehingga dapat memunculkan pertumbuhan iman dan kepercayaan diri bahwa dirinya memang seorang pahlawan. Namun, Gideon tidak langsung percaya. Ia merasa ragu bahwa benar dirinya yang dipilih Tuhan, karena ia fokus pada latar belakang dirinya dan keluarganya. Apalagi pada saat itu, dia bahkan ikut bersembunyi dengan orang-orang Israel lainnya karena takut akan orang Midian.

Berbagai keraguan dan penolakan telah disampaikan Gideon kepada Tuhan. Gideon menepis segala seruan Tuhan dan merasa dirinya tidak layak. Bahkan, ia meminta tanda untuk memastikan panggilan Tuhan sebanyak tiga kali. Tanda yang pertama adalah bila benar itu Tuhan, maka Ia akan menunggu sampai Gideon menangkap domba untuk dipersembahkan. Yang kedua adalah Gideon meminta bukti berupa mukjizat untuk membuat guntungan bulu dombanya berembun, sedangkan tanah disekitarnya kering. Yang terakhir, Gideon meminta agar bulu dombanya kering sedangkan tanah disekitarnya basah. Tuhan menjawab seluruh permintaan Gideon dan akhirnya ia percaya pada perkataan Tuhan.

Gideon mulai menjalankan tugas-tugas yang diberikan Tuhan dalam rencanaNya untuk Gideon dan orang Israel. Perlahan-lahan Gideon mulai dipenuhi oleh Roh Tuhan dan semakin terlatih untuk menjadi seorang pemimpin. Ia membuat pasukan untuk mengalahkan orang Midian dan percaya sepenuhnya pada Tuhan bahwa kemenangan telah diberikan. Di bawah pimpinan Gideon, raja-raja Midian terkalahkan dalam satu serangan dengan sebuah pasukan yang hanya beranggotakan 300 orang. Akhirnya, bangsa Israel terbebaskan dari musuhnya.

Kisah Gideon merupakan peristiwa nyata transisi seseorang yang awalnya merasa *insecure* atau kurang percaya diri menjadi seseorang yang dipenuhi Roh Tuhan. Kepercayaan diri Gideon bukan datang dari dirinya sendiri, namun dari kepercayaannya kepada Tuhan. Di tengah-tengah kekurangannya sebagai manusia, Tuhan tetap melihat dirinya cukup dan mampu. Sama seperti Gideon, terkadang kita merasa tidak layak. Namun, asalkan kita tetap memutuskan untuk hanya percaya pada perkataanNya, kita mampu bangkit secara perlahan meski ditengah-tengah keraguan diri.